### **DOSSIER DE CANDIDATURE**

### pour

### **BEST LONG TERM MEDIA STRATEGY**

L’introduction d’un dossier de candidature implique automatiquement que le candidat approuve le règlement des AMMA et les mécanismes d’évaluation et d’attribution des prix par le jury.

**Date limite** : les dossiers de candidature doivent être déposés au plus tard le **24 mars** 2022 minuit sur la plateforme AMMA par téléchargement.

Le soumissionnaire paie une contribution de **€350** HTVA par dossier. Il est obligatoire d’indiquer le nom de la personne de contact chez l’**annonceur** concernée par le dossier ainsi que son adresse email. Cette personne sera invitée (sans frais supplémentaires) aux événements du calendrier AMMA.

**Attention !** Les dossiers explicatifs des candidatures ne peuvent **pas dépasser un volume de 3 pages format A4 (police 11)** hors feuille de couverture.

Les **Annexes** sont limitées à

* Soit une présentation type Powerpoint de 15 slides maximum
* Soit une vidéo de 3 minutes maximum

Les dossiers qui excèdent ces volumes peuvent être refusés.

**RAPPEL DES CRITERES D’EVALUATION** (extrait du règlement AMMA)

Ce prix veut récompenser une stratégie média qui s'est distinguée sur une période de dix-huit mois ou plus, dont une partie en 2020 et 2021.

Le dossier doit expliquer la structure cohérente de la stratégie, basée sur les choix effectués pour les différents canaux médias par rapport aux objectifs en termes de notoriété de la marque, d'activation ou d'interaction avec les groupes cibles dans le funnel de communication.

Une stratégie à long terme cohérente se caractérise notamment par :

* La traduction des différents objectifs en un plan par étapes, au sein du funnel, avec l'investissement approprié dans les canaux médias respectifs, en fonction du budget L'application des expertises acquises à partir des données recueillies, qui se traduit par des analyses claires de la position de la marque.
* L'efficacité prouvée de la stratégie en fonction des objectifs de la campagne, sur la base de chiffres ou de faits (effets sur les ventes, sur la notoriété de la marque ou sur le renforcement de la marque auprès des consommateurs ou tout autre indicateur pouvant révéler le succès de la campagne).

Nous vous conseillons de consulter le règlement AMMA.

**BEST LONG TERM MEDIA STRATEGY**

**Formulaire d’inscription**

Société :

Personne de contact :

Fonction :

Téléphone :

Mobile :

E-mail :

Nom de la personne de contact chez l’annonceur :

E-mail contact chez l’annonceur :

Annexes : …. Pages.

**TITRE DU DOSSIER**

##### BRIEFING, CONTEXTE & ARGUMENTATION

##### Point de départ : produit, problème, objectifs, concept créatif, …

Traduction des éléments du briefing dans la stratégie

Cibles de communication.

Quels médias sont utilisés dans la stratégie et avec quels objectifs de communication ?

**QUELLE EST LA VALEUR AJOUTEE FINALE DU MEDIA MIX ?**

Les résultats qui prouvent les performances ?

##### LA CONTRIBUTION DE L’EXPERTISE MEDIA ?

##### RESULTATS

Mesures et trackings, témoignage annonceur, les effets en PR, …

POURQUOI CE CASE MERITE-T-IL UN AMMA ?

Brève description des éléments qui plaident pour ce dossier.

##### ANNEXES

Timings, cibles, performances, budgets, concepts créatifs …